



Planta de Fabricación de Sillas Plegables de Tubos de Acero al Carbono y Aluminio

RESUMEN EXTENDIDO

Diciembre 2017

AUTOR/ES:

Tessi Sebastián Omar – sebatessi@hotmail.com

Vitrano Melisa Andrea – melivitrano@gmail.com



Introducción

El proyecto desarrollado tiene como objetivo la producción y comercialización de reposeras fabricadas con tubos de acero al carbono y aluminio.

Es iniciativa de quienes redactan este documento el aprovechamiento de la creciente demanda de productos del rubro reposeras y la falta de capacidad de respuesta por parte del sector productivo. De esta manera nace “FIKA S.R.L.”, una empresa comprometida con la fabricación de productos de calidad superior cuyo objetivo es captar la demanda no cubierta y ganar terreno en el mercado con diseños innovadores.

Objetivos del Proyecto

El objetivo de este proyecto es desarrollar todos los aspectos comprendidos dentro de la siguiente estructura:

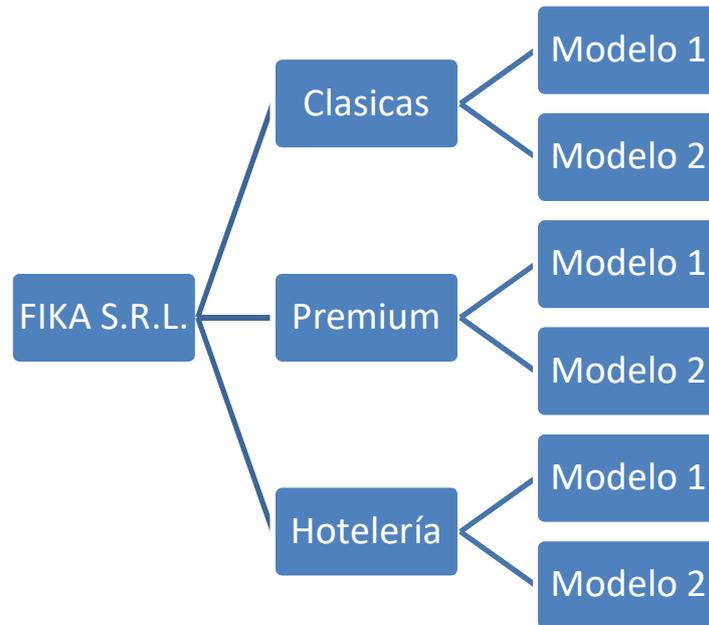
- Estudio de mercado.
- Análisis del mercado comprador, definición del producto a fabricar, localización del producto, mercado competidor, porción del mercado objetivo, proveedores, etc.
- Marco legal.
- Estudio geográfico.
- Determinación de la ubicación ideal para la planta en referencia a las legislaciones de las provincias, la ubicación de los proveedores y los clientes.
- Estudio técnico.
- Explicar cómo se fabricarán los productos, maquinarias a utilizar, mano de obra, insumos, lay-out de la planta, etc.
- Estudio financiero.
- Conclusiones.
- Futuros proyectos.



Desarrollo

El nombre bajo el que se comercializarán los productos será “FIKA S.R.L.”.

Se fabricarán en total 6 modelos distintos de productos que apuntarán a distintos mercados. Habrá 2 modelos clásicos, 2 premium y 2 de línea Hotelería.



Cada producto apunta a un sector socio-económico distinto. Los modelos clásicos tienen como objetivo captar al mercado de clase media mayores a 35 años, los modelos premium apuntan a la clase media – alta y alta mayores a 25 años y por último, los modelos de hotelería se apuntan principalmente a los hoteles y complejos turísticos con piscinas.

Mercado

Se apunta al mercado concentrado en las provincias de Buenos Aires, Santa Fe, Córdoba y Entre Ríos. La porción de mercado objetivo será del 1.2%, iniciando las actividades en un 0.5% y ampliando la producción y comercialización durante un período de 10 años.

En la siguiente tabla se resume el nivel de producción anual y el mercado objetivo:



Año	Población	Tamaño del Mercado	Objetivo	Total de Reposeras
2018	44,494,502	21,282,892	0.50%	56,808
2019	44,938,712	21,346,741	0.60%	67,171
2020	45,376,763	21,410,781	0.70%	78,199
2021	45,808,747	21,475,014	0.80%	89,674
2022	46,234,830	21,539,439	0.90%	101,252
2023	46,654,581	21,604,057	1.00%	111,879
2024	47,067,641	21,668,869	1.05%	118,005
2025	47,473,760	21,733,876	1.10%	124,564
2026	47,873,268	21,799,077	1.15%	130,046
2027	48,266,524	21,864,475	1.20%	135,650

Proveedores

Para seleccionar los proveedores de los tubos, cintas y telas a utilizar se empleó el método de evaluación por puntos.

En este método se relacionan las distintas opciones de proveedores frente a distintos atributos a los cuales se les aplica cierta relevancia, dependiendo de las políticas de la empresa.

Evaluamos a los proveedores en los siguientes factores:

- Costo
- Calidad
- Ubicación
- Respuesta
- Adaptabilidad

Como resultado, seleccionamos a Sidersa S.A. para los tubos de acero al carbono, a Sur Metal S.A. para los tubos de aluminio y a PrinTemps para las telas y cintas.

Distribución

La distribución será realizada por la flota propia de la empresa, mediante la cual se trasladarán los productos hacia los principales distribuidores de las provincias mencionadas. Estos distribuidores se encargarán de hacer llegar nuestros productos a supermercados, bazares y mueblerías en donde posteriormente serán adquiridos por los clientes finales.



A su vez, se realizarán ventas directas a clientes de manera on-line y se le enviará el producto final al cliente por correo privado.

Proceso Productivo

El proceso productivo es del tipo continuo y consta de los siguientes pasos:

Corte de tubos a medida – Doblado – Punzonado – Pintado y Horneado – Ensamblado – Embalaje – Despacho.

Para poder realizar todas estas operaciones contaremos con las siguientes máquinas:

- Sierra sinfín
- Dobladora neumática
- Punzonadora hidráulica
- Lavadora rotativa industrial
- Cabina de pintado y horno continuo
- Remachadora
- Envolvedora de nylon
- Autoelevador

La planta estará activa los 12 meses del año y trabajará siguiendo la estacionalidad de los productos, adelantándose 2 meses a la demanda.

Localización

La planta industrial estará instalada en el “Parque Industrial Comirsa”, situado en la localidad de Ramallo, provincia de Buenos Aires estableciéndose como la mejor opción por su cercanía con los proveedores y por estar en una ubicación estratégica para llegar a los principales distribuidores.

Personal Contratado

Contaremos con un total de 23 personas de las cuales 18 estarán dentro de convenios colectivos de trabajo (UOM, ASSIMRA y Choferes) y 5 personas fuera de convenio para la administración.



El costo total de la mano de obra será de U\$S 590.804 para los primeros 5 años.

Costos del Proyecto

Podemos dividir a los costos en fijos y variables. Para los primeros, tendremos incluidos la mano de obra indirecta, los servicios y tercerizaciones, la ropa y elementos de seguridad, los costos de los vehículos de la empresa, etc. Para el segundo, estará incluido el costo de la mano de obra directa, el costo de la materia prima y el costo de envío de cada producto.

Para el primer año el monto total de costos será de U\$S 992.390, siendo los fijos U\$S 375.192 y los variables U\$S 617.200.

Inversiones

La inversión para la puesta en marcha de la planta será de aproximadamente U\$S 1.700.000 (91% en activos fijos, 2% en activos intangibles y 7% en capital de trabajo). El 30% de esta inversión será financiada mediante un crédito del Banco de la Nación Argentina a 5 años con una tasa de 18% y bajo el sistema de pago francés.

Resumimos entonces las inversiones:

Resumen Inversiones	
<i>Inversión en Terreno</i>	321,600 U\$S
<i>Inversión en Obra Civil y Nave Productiva</i>	675,680 U\$S
<i>Inversión en Maquinarias</i>	535,027 U\$S
<i>Inversión en Activos Intangibles</i>	35,000 U\$S
<i>Inversión en Capital de Trabajo</i>	202,790 U\$S
<i>Reinversiones Año 6</i>	127,500 U\$S
Total Reinversiones	1,897,597 U\$S

Análisis Financiero

Analizamos la viabilidad económica del proyecto. Para realizar este análisis, formularemos un Flujo de Fondos (o cash flow) evaluando la situación de la empresa durante un período de 10 años con una tasa de descuento del 15%.



Los resultados del flujo de fondos son los siguientes:

- Tasa Interna de Retorno (TIR): 22.5%
- Valor Actual Neto (VAN): U\$S 3.801.571
- Período de Recupero: 3 años y dos meses.

Sensibilidad del Proyecto

Se evaluó la sensibilidad del proyecto considerando una variación en el costo de la materia prima, el costo de la mano de obra, el precio de venta y la inversión y se pudieron establecer las siguientes conclusiones:

- El proyecto es muy sensible al precio de venta. Pequeñas variaciones pueden generar grandes cambios.
- El proyecto es poco sensible a cambios en el costo de las inversiones.
- El proyecto es poco sensible a cambios en el costo de la mano de obra.
- El proyecto es poco sensible a cambios en el costo de la materia prima.

En valores, el precio de los productos puede disminuir hasta un 35% que el proyecto seguirá siendo rentable.

Conclusiones

Luego de realizar todos los estudios pertinentes sobre el proyecto actual estamos en condiciones de afirmar que es técnica y económicamente viable.

Se puede afirmar que ante grandes variaciones en las principales variables el proyecto mantiene su margen de rentabilidad.

El mercado al que se apunta está en constante crecimiento y el producto que fabricamos se introducirá con una nueva propuesta para captar nuevo público. Es un mercado insatisfecho ya que la competencia se encuentra en condición de saturación. Estos, a su vez, tampoco representan una gran amenaza ya que la gente no selecciona reposeras por marca sino por características distintivas o facilidades en la compra y a eso es lo que apuntamos.